

Guía para la Exportación de cosméticos a Europa desde la ANDI

Presentado por:

María Camila Sierra Ramos

**Trabajo presentado para optar al título de
Profesional en Negocios Internacionales**

Tutor:

Mg. Leidy Viviana Quintín Lizcano

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá DC 2024

Agradecimientos

En primer lugar, les agradezco a mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos, por ser los principales promotores de mis sueños, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más. Ellos son los que con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades y por último a la universidad y a los docentes que han sido parte de mi camino universitario, a todos ellos les quiero agradecer por transmitirme los conocimientos necesarios para hoy poder estar aquí.

Resumen

Este plan de mejora pretende analizar el sector de la cosmética en Europa, para ofrecer una visión completa de su situación actual mediante el estudio de variables clave con el propósito de fomentar la internacionalización de los productos cosméticos colombianos hacia el mercado europeo. Para esto, se desarrolla una guía destinada a las empresas cosméticas colombianas, con el objetivo de facilitar y estimular su incursión en el mercado europeo.

Dicha guía abarca aspectos importantes como los requisitos legales, normativas específicas, tendencias del mercado y las oportunidades y desafíos que ofrece el mercado europeo para las empresas del sector cosmético en Colombia interesadas en exportar a dicho continente.

Este proyecto no solo pretende ser una herramienta informativa, sino también un estímulo para que las empresas colombianas exploren y aprovechen las oportunidades en el mercado europeo. La guía se configura como un recurso práctico y completo que permitirá a las empresas superar barreras y maximizar su participación en este crucial mercado cosmético internacional.

Palabras clave: Exportación, Industria cosmética Colombia, Internacionalización, Mercado europeo.

ABSTRACT

This improvement plan aims to analyze the cosmetics sector in Europe, to offer a complete vision of its current situation through the study of key variables with the purpose of promoting the internationalization of Colombian cosmetic products towards the European market. For this purpose, a guide is developed for Colombian cosmetic companies, with the aim of facilitating and stimulating their incursion into the European market.

This guide covers important aspects such as legal requirements, specific regulations, market trends and the opportunities and challenges offered by the European market for companies in the Colombian cosmetics sector interested in exporting to that continent.

This project is intended not only as an informative tool, but also as a stimulus for Colombian companies to explore and take advantage of opportunities in the European market. The guide is configured as a practical and comprehensive resource that will enable companies to overcome barriers and maximize their participation in this crucial international cosmetics market.

Keywords: Exports, Cosmetic industry Colombia, Internationalization, European market.

INTRODUCCIÓN

La industria cosmética colombiana es un sector dinámico y en constante crecimiento, con un impacto significativo en la economía nacional. Según Euromonitor (2023) en el primer semestre de 2023, las exportaciones del sector alcanzaron \$281,68 millones de dólares, un crecimiento del 14,27% con respecto al año anterior.

El mercado europeo de cosméticos es uno de los más grandes y competitivos del mundo. En 2022, el mercado europeo de cosméticos generó ventas por \$200.000 millones de dólares. El sector está creciendo a una tasa anual del 4%. Por lo tanto, Europa es considerado un mercado potencial para el sector (Statista, 2024). La exportación de cosméticos a Europa por parte de empresas colombianas requiere cumplir con una serie de requisitos regulatorios y comerciales. En esta guía, se proporcionará información y orientación sobre cómo exportar cosméticos a Europa, centrándose en los siguientes aspectos:

Análisis de mercado: El análisis de mercado es necesario para identificar los mercados más prometedores y evaluar su potencial para los productos del sector cosmético. Esto ayudará a las empresas a centrar sus esfuerzos en los mercados adecuados y adaptar sus estrategias de exportación.

Logística y Distribución: La gestión eficaz de la cadena de suministro internacional es esencial para el éxito de la exportación de cosméticos a Europa. Es importante seguir las mejores prácticas en logística y distribución para garantizar la entrega oportuna y segura de los productos.

Aspectos regulatorios: Es importante conocer los requisitos legales y reglamentarios específicos de cada país europeo en materia de registro, etiquetado, certificación y licencia

necesarios para la comercialización de productos cosméticos. Cada país puede tener regulaciones diferentes, por lo que es importante satisfacer las necesidades de cada mercado objetivo.

Marketing: Diseñar e implementar campañas de marketing efectivas es clave para exportar cosméticos a diversos mercados internacionales. Las estrategias de marketing deben adaptarse a las preferencias y características de cada mercado objetivo.

En consecuencia, aprovechar las oportunidades de internacionalización requiere un conocimiento profundo de los desafíos y requisitos específicos que surgen al ingresar a nuevos mercados, como los aspectos regulatorios, que requieren el marco legal específico de cada país, y estar familiarizado con los requisitos regulatorios, en términos de registro, etiquetado, certificaciones y licencias necesarias para la comercialización de productos cosméticos, así como conocimiento sobre cómo diseñar e implementar campañas de marketing efectivas y adaptadas a los diferentes mercados internacionales e información sobre oportunidades de asociación con actores clave en el campo internacional.

CONTENIDO

PARTE II	4
La empresa	4
1.1 Aspectos Generales.	4
1.1.2 Ubicación Geográfica.	10
1.1.3 Estructura Organizativa.	11
1.1.4 Análisis DOFA.....	13
PARTE III.....	14
PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES.....	14
2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	14
2.2 Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales.....	16
2.3 Objetivo General del informe	20
2.3.1 Específicos.	20
PARTE IV.....	21
CONTENIDO PLAN DE MEJORA	21
3.1 Propuesta de Mejora.	21
3.2 Conclusiones.	32
3.3 Bibliografía.	34

PARTE II

La empresa

1.1 Aspectos Generales.

1.1.1 Misión, Visión y Valores.

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), es una agremiación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa. Fue fundada el 11 de septiembre de 1944 en Medellín y, desde entonces, es el gremio empresarial más importante de Colombia. Está integrado por un porcentaje significativo de empresas pertenecientes a sectores como el industrial, financiero, agroindustrial, de alimentos, comercial y de servicios, entre otros.

La ANDI es el gremio más grande del país, cuenta con más de 1.400 afiliados que representan entre el 50 y 55% del PIB nacional. Es articulador entre el sector privado, el sector público, la academia, la sociedad civil y el entorno internacional. (*ANDI - Quiénes Somos*, s. f.)

Valores ANDI

Libertad de empresa y propiedad privada: Estamos convencidos que la empresa privada formal es instrumento fundamental para el desarrollo de un país. Nos enorgullece representar la creación de valor fruto del trabajo y el esfuerzo de las personas.

Defensa de la democracia: Creemos en nuestra Constitución, la búsqueda de instituciones eficientes y legítimas, y en la participación colectiva como el motor de las decisiones.

Honestidad: Somos coherentes con nuestros principios y actos, demarcados por la transparencia, la franqueza, la honradez y la promoción de valores éticos. Luchamos contra la ilegalidad.

Justicia: Luchamos por lo que creemos; por la libertad, la dignidad humana, un país equitativo, privilegiando el interés general sobre el particular.

Respeto: Reconocemos la legitimidad, diversidad y condición humana de los individuos.

Áreas transversales que prestan servicio al afiliado

Industria e internacionalización: Lidera el trabajo en materia de industria, con foco en competitividad, comercio exterior y aduanas, calidad y lucha contra el contrabando. Trabaja en el posicionamiento del sector privado a nivel internacional por medio de herramientas que faciliten la internacionalización de las empresas afiliadas.

Asuntos jurídicos: Estudia y propone legislación y decisiones de política pública para lograr la seguridad jurídica. Realiza seguimiento legislativo al Congreso de la República en temas de interés empresarial.

Logística, transporte e infraestructura: Fomenta las relaciones estratégicas entre el sector empresarial de logística y transporte a través de análisis y propuestas que vinculan la política pública, la infraestructura, las operaciones empresariales y la logística. Busca mejorar los niveles de servicio y es un referente nacional en cuanto a la competitividad del país.

Desarrollo económico y competitividad: Genera análisis y estudios económicos nacionales e internacionales para la industria y la economía del país, constituyéndose como un

tanque de pensamiento que contribuye a la toma de decisiones, incidencia en política pública y desarrollo de encuestas empresariales como herramientas claves para la gestión empresarial.

Innovación y emprendimiento: Promueve la consolidación de un ecosistema de investigación, desarrollo tecnológico, innovación y emprendimiento que, desde el entendimiento de las necesidades del mercado y la sociedad, permita fortalecer las relaciones empresariales con los demás actores del sistema.

Transformación digital: Busca consolidar la apropiación tecnológica y transformar la mentalidad del ecosistema mediante la promoción, acompañamiento e implementación de actividades estratégicas que impulsen el desarrollo exponencial, sostenible e incluyente, a través de la innovación en productos y servicios y una regulación y desregulación inteligente que mejore la calidad de vida y aumente la productividad.

Centro nacional del agua y la biodiversidad: Promueve y habilita la acción corporativa y territorial alrededor del agua y la biodiversidad por medio de la gestión de proyectos y alianzas, y brindando asesoría técnica que contribuye a la competitividad, en línea con las mejores prácticas de sostenibilidad.

Minería, hidrocarburos y energía: Articula la estructura de la ANDI para generar valor agregado al sector en temas jurídicos, ambientales y sociales, de la mano con el trabajo regional. Promueve los encadenamientos y las discusiones de los diferentes eslabones y sectores minero-energético.

Arquitectura social estratégica y fundación ANDI: Ofrece a las empresas el conocimiento práctico, la asesoría, el acompañamiento y las alianzas que necesitan para resolver desafíos sociales como parte integral de su modelo de negocio.

Desarrollo sostenible: Representa al sector empresarial en la elaboración e implementación normativa y en los desarrollos de la agenda ambiental. Crea capacidades técnicas, espacios de trabajo y gestiona proyectos empresariales. Promueve estrategias para la descarbonización, la economía circular, la protección de los recursos y el crecimiento verde (ANDI – *Informe de gestión 2022-2023*, s. f.)

Apuesta Mega 2025

La ANDI liderará activamente, desde el sector empresarial, la reactivación económica del país, con propuestas que generen empleo de calidad y aceleren el crecimiento en el corto plazo, contribuirá con acciones a que en 2025 Colombia sea uno de los tres países más competitivos de América Latina, y promoverá el posicionamiento de las empresas como generadoras de progreso en las regiones y como protagonistas en la búsqueda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los principios del Capitalismo Consciente, la libre empresa y la democracia.

Por medio de 5 pilares: Empresa y sociedad, sostenibilidad, competitividad e internacionalización, seguridad jurídica y simplificación regulatoria, transformación digital, innovación y emprendimiento.

Existen 36 cámaras al interior de la ANDI dirigidas a cada uno de los sectores económicos de la industria nacional y uno de ellos es la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, lugar donde se desarrolló la práctica estudiantil y de la cual se expondrá a continuación su información estratégica.

Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI

Esta cámara se creó con el propósito de desarrollar con los empresarios del sector, acciones que tiendan a su fortalecimiento y beneficio, coordinando esfuerzos a través de la Asociación. Esto en el campo industrial, de comercio y servicios.

La industria se compone de tres subsectores: Cosméticos, Aseo, y Absorbentes. En conjunto, el sector ha supuesto beneficios económicos para el país y para los grupos que participan en su cadena de valor. Lo anterior demuestra el potencial del sector como motor de la economía nacional. Los resultados son consecuencia de los esfuerzos conjuntos de la Cámara, las instituciones que lo apoyan, y las empresas que lo componen.

Los servicios ofrecidos son:

- Representación y vocería: La Cámara representa a las empresas afiliadas ante las autoridades gubernamentales y otros organismos.
- Información y análisis: La Cámara proporciona información y análisis sobre el sector, la legislación y las tendencias del mercado.
- Representación internacional: La Cámara brinda apoyo a las empresas afiliadas para exportar sus productos.
- Estudios para el sector: La Cámara realiza estudios sobre el sector, con el objetivo de identificar oportunidades y desafíos.
- Comité regulatorio y de sostenibilidad: La Cámara trabaja para garantizar que las empresas afiliadas cumplan con la legislación y los estándares de sostenibilidad.
- Agencia de comunicaciones: La Cámara brinda apoyo a las empresas afiliadas en sus comunicaciones.

- Programa de responsabilidad social: La Cámara promueve la responsabilidad social empresarial entre las empresas afiliadas.
- Actualizaciones normativas internacionales: La Cámara proporciona actualizaciones sobre la legislación internacional que afecta al sector.
- Boletín semanal: La Cámara publica un boletín semanal con información sobre el sector.

Misión

Contribuir al desarrollo del sector y de sus afiliados en el ámbito nacional e internacional, implementado acciones que atraigan la inversión e incentiven el consumo, dentro de un marco que promueva la responsabilidad social, mediante la búsqueda de oportunidades y ayudando a eliminar las restricciones y obstáculos en los campos legal, comercial, de infraestructura, innovación y desarrollo tecnológico, logístico, financiero, económico y publicitario, a través de la representatividad, la credibilidad, la vocería y la capacidad de influir en los diferentes escenarios de decisión.

Visión

En el 2032 Colombia será reconocida como un líder mundial en producción y exportación de cosméticos, productos de aseo del hogar y absorbentes de alta calidad, con base en ingredientes naturales propios de la biodiversidad colombiana. (*ANDI – Camara de la industria cosmética y aseo, s. f.*)

1.1.2 Ubicación Geográfica.

La sede principal de la ANDI se encuentra en Medellín y cuenta con sedes seccionales en Antioquia, Atlántico - Magdalena, Bogotá- Cundinamarca-Boyacá, Bolívar, Caldas, Cauca, Llanos Orientales y Orinoquia, Santander, Risaralda-Quindío, Norte de Santander, Tolima-Huila, Valle del cauca y un proyecto especial llamado la Mesa más la Guajira.

Figura 1.

Ubicación geográfica asociación nacional de empresarios



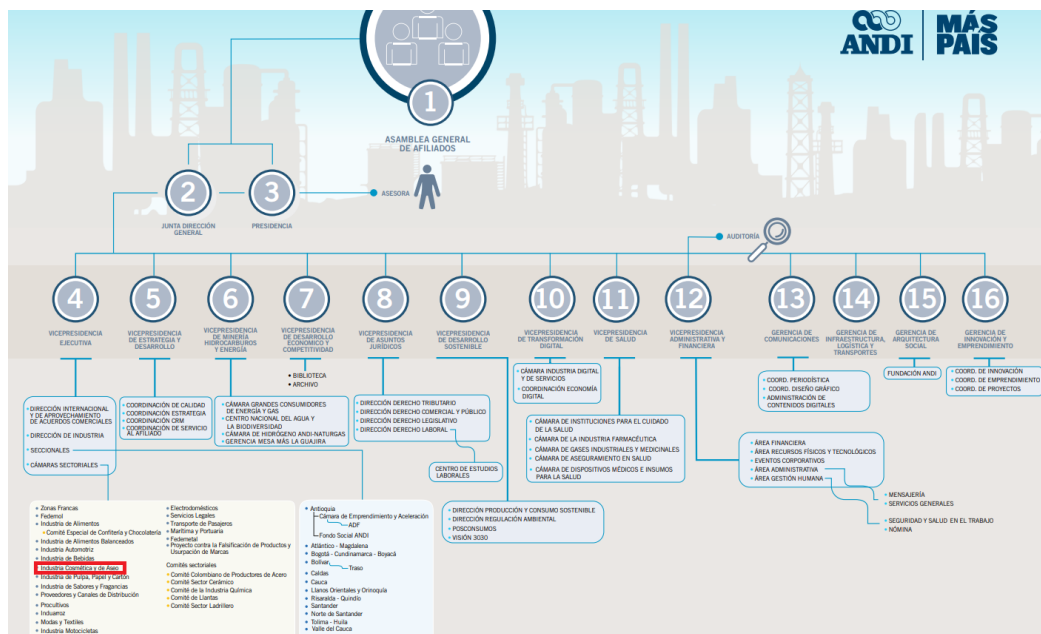
Nota: Tomado de "Ubicación ANDI sede Bogotá" por Google Maps (2023)

1.1.3 Estructura Organizativa.

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) es una institución que defiende los intereses de varias empresas en el país, fomentando el progreso económico, la competitividad y la sostenibilidad empresarial. Su estructura organizativa está diseñada para fomentar la comunicación y la cooperación entre sus miembros, además de liderar proyectos que estimulen el crecimiento del sector empresarial colombiano. La ANDI cuenta con una junta directiva, comités especializados, direcciones regionales, cámaras sectoriales y un equipo administrativo, todos colaborando para fortalecer el ámbito empresarial y contribuir al avance económico y social de Colombia.

Figura 2.

Estructura organizacional



Nota: Tomado de “Estructura organizacional ANDI” por Asociación Nacional de empresarios (2023)

1.1.3.1 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

La práctica profesional se llevó a cabo en la Cámara Sectorial de Cosméticos y Aseo de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia en la cual el rol desempeñado en la organización fue el apoyo en la planificación, organización y ejecución de proyectos, eventos relacionados con la industria de cosméticos y aseo como juntas directivas, comités y eventos externos, investigación de tendencias del mercado, análisis de la industria, y recopilación de datos relevantes para el sector de cosméticos y aseo, creación de contenido comunicativo, gestión de redes sociales, y mantenimiento de relaciones con los miembros y otras partes interesadas en la industria, así como también actividades de Asistencia Administrativa en el manejo de correos electrónicos y coordinación de reuniones.

Las funciones principales de esta área abarcan la representación gremial unificada, donde la Cámara actúa como la voz de la industria cosmética y de aseo frente a las autoridades gubernamentales, organizaciones gremiales internacionales y el público en general, en defensa efectiva de los intereses del sector.

Esta iniciativa contribuye a mantener a la industria a la vanguardia de las tendencias del mercado, generando nuevos productos y servicios y le permite actuar para la promoción de la libre competencia en el sector.

En su conjunto, estas funciones desempeñan un papel integral en el desarrollo de la industria cosmética y de aseo en Colombia mediante estrategias que promueven la competitividad del sector, y que también contribuyen a la generación de empleo y al bienestar de los consumidores colombianos.

1.1.4 Análisis DOFA.

Tabla 1.

Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas

Fortalezas	Oportunidades
• La Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, maneja cifras clave como la información de las ventas, producción, importaciones y exportaciones, compañías, tendencias, nuevos productos, entre otros, que pueden ser consultados en todo momento por sus miembros. • Variedad de fuentes de información del sector, como el ministerio de comercio, el DANE y la cámara de cosméticos y aseo que publican informes periódicos que incluyen información sobre el desempeño económico del sector en el país y en el mundo. • Capacidad de análisis de las tendencias y evolución de los consumidores, los procesos de innovación y desarrollo, el fortalecimiento empresarial y la cadena de valor, el capital humano, la gestión ambiental, la inversión social, la gestión de la responsabilidad social empresarial y las acciones del gobierno para impulsar al sector. • Presencia relevante en los canales de comunicación (televisión, radio, revistas, internet) que utilizan las compañías del sector para llegar a una variedad de público objetivo.	• El consumo per cápita de productos para el cuidado personal a nivel internacional, es una oportunidad para que el sector cosmético colombiano atienda la demanda existente. • La internacionalización es una oportunidad para las empresas del sector pertenecientes a la cámara de cosméticos y aseo, ya que les permite acceder a nuevos mercados, aumentar sus ventas, diversificar sus riesgos y mejorar su competitividad. • Existen 13 tratados de libre comercio que ofrecen beneficios arancelarios para los productos del sector y estabilidad para las inversiones a largo plazo, como los acuerdos comerciales vigentes con Chile, México, CAN, Mercosur, Unión Europea, Canadá y Estados Unidos. • Colombia se mantiene como el quinto mayor mercado regional de cosméticos y la industria es una de las que más ha crecido en los últimos años. • En Colombia existe gran variedad de insumos orgánicos para la producción de productos cosméticos
Debilidades.	Amenazas.
• El porcentaje de empresas colombianas afiliadas a la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI es menor al 10% del total de las empresas del sector. • Impacto limitado de los servicios e información ofrecidos por la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI. • Hay un porcentaje pequeño de las empresas afiliadas a la cámara que usan todos los servicios y beneficios que esta ofrece.	• Inexistencia de espacios para adelantar agendas de trabajo conjuntas entre gobierno y la Cámara de la industria Cosmética y de Aseo • El Marco Normativo del Sector Cosmético en Colombia no se articula con el marco normativo europeo, lo cual se puede convertir en un obstáculo para las empresas en la comercialización de los productos. • La industria cosmética es altamente competitiva y requiere una inversión constante en innovación y tecnología

Fuente: Tabla de elaboración propia (2023)

PARTE III

PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

Los servicios ofrecidos por la Cámara de Cosméticos y Aseo de la ANDI tienen el potencial de ser muy beneficiosos para las empresas filiales; No obstante, el volumen de compañías interesadas e informadas sobre sus servicios y la cobertura en la afiliación es baja, por consiguiente, el aprovechamiento es mínimo. Una posible causa de esta situación es la falta de una estrategia robusta de marketing para posicionarse y darse a conocer como aliado y facilitador en los procesos de internacionalización de la industria, proveedor de información y mediador ante partes interesadas en pro de los objetivos del sector por parte de la Cámara.

En este sentido, la guía detallada para la Exportación de cosméticos a Europa se construye con la finalidad de proporcionar información y herramientas importantes para mejorar la competitividad de las empresas y reducir la dependencia en el mercado nacional o regional lo que puede ayudar a las empresas a superar los desafíos y limitaciones entre las que se destaca el cumplimiento de los requisitos contenidos en el marco normativo europeo, a los que podrían enfrentarse al momento de exportar sus productos.

La guía es una herramienta estratégica de gran relevancia para el sector cosmético en Colombia. Al proporcionar información detallada sobre los requisitos normativos y procesos aduaneros específicos para la exportación de productos cosméticos a Europa, esta guía tiene el potencial de catalizar la internacionalización de las empresas colombianas en uno de los

mercados más importantes y exigentes del mundo. Su impacto se reflejará en la simplificación de los procedimientos legales y técnicos, la eliminación de barreras de entrada y el aumento de la competitividad de las empresas en el mercado europeo.

Además, al proporcionar recomendaciones estratégicas basadas en análisis de bases de datos confiables, la guía informa y empodera a las empresas a tomar decisiones claras, aprovechar oportunidades y posicionarse en el panorama cosmético internacional. En última instancia, el impacto esperado de esta guía es impulsar el crecimiento sostenible y la expansión exitosa de las empresas cosméticas colombianas en el mercado europeo.

2.2 Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales.

Importancia de implementar un plan de mejora para empresas de cosméticos en Colombia

Para la Cámara de la industria cosmética y aseo es importante construir, implementar y socializar una guía para la Exportación de cosméticos a Europa para contribuir a que las empresas del sector se expandan al creciente mercado europeo y aprovechen nuevas oportunidades comerciales. De acuerdo con las cifras de Euromonitor (2023) se espera un crecimiento del 22,2% del tamaño de mercado colombiano entre 2022 y 2025.

Adicionalmente, exportar a Europa permite a las empresas diversificar sus mercados, reduciendo su dependencia de un mercado nacional o regional, haciéndolas más resistentes a las fluctuaciones económicas lo que puede ser crucial para la supervivencia a largo plazo, al acceder a un mercado más amplio.

“Europa, con un mercado global de productos de belleza y cuidado personal que representa ingresos de 5.800 millones de euros al año, tiene una participación importante del 28,2% en este sector, generando ingresos anuales de 1.600 millones de euros solo en Europa occidental. Esta cifra se distribuye entre seis países que comprenden el 66,4% de la región occidental europea.” (Euromonitor, 2023).

Al aprovechar este mercado, las empresas pueden aumentar sus ingresos y rentabilidad, ya que Europa ofrece un alto poder adquisitivo y consumidores dispuestos a pagar por productos de alta calidad. Esto se vuelve crucial para la supervivencia a largo plazo, ya que garantiza una mayor estabilidad y crecimiento sostenible en un mercado competitivo y dinámico.

Otro punto importante por resaltar es que exportar a Europa puede elevar la percepción de la marca de una empresa en el mercado nacional e internacional, el hecho de que una empresa venda en Europa puede aumentar la credibilidad y la confianza de los consumidores, también la exportación a Europa exige que las empresas mejoren sus estándares de calidad, regulaciones y procesos de producción, lo que puede tener un impacto positivo en su competencia global. Por otro lado, la diversificación geográfica reduce los riesgos asociados a factores económicos o políticos en el mercado nacional lo que puede abrir oportunidades para la colaboración con empresas europeas, que puede resultar en alianzas estratégicas, transferencia de tecnología y conocimientos y por consiguiente fortalece la economía de Colombia al generar divisas y empleo.

La guía fomentaría la mejora de la calidad de los productos y la adopción de estándares internacionales, lo que contribuiría al desarrollo de una industria de cosméticos y aseo más competitiva y sofisticada en Colombia, por lo que la necesidad de cumplir con las regulaciones europeas podría impulsar la innovación, lo que tendría beneficios a largo plazo para la competitividad global, lo que mejoraría las relaciones comerciales entre Colombia y los países europeos y resultar en oportunidades adicionales en el futuro.

Limitaciones de implementar un plan de mejora para empresas de cosméticos en Colombia

Es importante ser consciente de las posibles limitaciones o desafíos que se podrían enfrentar en el desarrollo de la guía de exportación, como los cambios en las regulaciones y normativas comerciales que pueden ser modificadas con el tiempo, por lo que es fundamental

mantener la guía actualizada para reflejar estos cambios y asegurarse de que las empresas estén al tanto de las regulaciones y requisitos vigentes.

Así mismo las condiciones económicas en Europa pueden fluctuar y afectar la demanda de productos, por esto las empresas debe estar preparadas para afrontar recesiones económicas, y costos emergentes asociados con la exportación, como aranceles, impuestos y tarifas aduaneras, que pueden ser impredecibles.

Además, pueden surgir cambios en las condiciones de comercio internacional, como tensiones o acuerdos comerciales, que pueden afectar las exportaciones y por esto la guía menciona la importancia de mantenerse informado sobre estas condiciones.

De igual manera en Europa, existen empresas locales bien establecidas y posicionadas internacionalmente en la industria de cosméticos y aseo. Las empresas colombianas podrían enfrentar competencia local.

Alcances de implementar un plan de mejora para empresas de cosméticos en Colombia

La guía sobre cómo exportar productos de cosméticos a Europa podría tener un alcance significativo para las empresas colombianas de este sector “Se espera que el tamaño del mercado de productos cosméticos de Colombia crezca de USD 241.15 millones en 2023 a USD 358.28 millones para 2028, a una tasa compuesta anual de 8.24% durante el período de pronóstico (2023-2028)” (Mordor Intelligence Research & Advisory, 2023).

Y para la economía en general. La guía permitiría a las empresas colombianas acceder a uno de los mercados más grandes del mundo, Europa, lo que aumentaría las exportaciones y

mayores ingresos y contribuiría al crecimiento de las exportaciones totales de Colombia y generaría divisas para Colombia, esenciales para el equilibrio de la balanza comercial y la estabilidad económica.

La guía se encuentra dirigida a las empresas afiliadas que estén interesadas en ingresar en el mercado europeo y que cuenten con una trayectoria comercial en Colombia para que garanticen una capacidad mínima de cumplir con criterios de calidad, producción y adaptación al mercado.

2.3 Objetivo General del informe

Objetivo Principal: Crear una guía completa y precisa sobre el proceso de exportación a Europa de las empresas de cosméticos de Colombia con el propósito de facilitar y maximizar su capacidad de internacionalización, impulsando su presencia exitosa en el mercado europeo.

2.3.1 Específicos.

Objetivos Específicos:

1. Identificar los requisitos legales y documentación necesaria para llevar a cabo el proceso de exportación de manera efectiva.
2. Desarrollar una guía paso a paso que abarque desde la preparación de la mercancía hasta los trámites aduaneros y el envío internacional.
3. Proporcionar información detallada sobre los recursos y herramientas disponibles para facilitar y optimizar el proceso de exportación.

PARTE IV

CONTENIDO PLAN DE MEJORA

3.1 Propuesta de Mejora.

Con el objetivo de potenciar la internacionalización de las empresas colombianas de cosméticos afiliadas a la Cámara de Cosméticos y Aseo de la ANDI, se propone la creación de una guía de exportación destinada al mercado europeo (**ver figura 3, 4 y 5**). Esta iniciativa tiene como finalidad proporcionar a las empresas una herramienta integral que maximice su capacidad de ingresar y prosperar en el exigente mercado europeo de cosméticos.

La socialización de este documento servirá para mejorar el posicionamiento de la Cámara, atrayendo a nuevos afiliados y así convocar más empresas al poder evidenciar un beneficio tangible de los servicios prestados por esta entidad.

El proceso de desarrollo de la guía se lleva a cabo mediante la recopilación de información proveniente de dos fuentes principales. En primer lugar, se utilizarán los registros disponibles en la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), especialmente aquellos específicos para la industria cosmética. En segundo lugar, se recopilarán datos de fuentes externas reconocidas por su confiabilidad estadística, tales como el DANE, Euro Monitor International, Centro Virtual de Negocios CVN, Raddar, Salesforce – CRM, entre otras. Esta combinación de fuentes internas y externas garantizará la obtención de datos precisos y actualizados.

La guía tendrá como objetivo principal proporcionar a las empresas colombianas de cosméticos una herramienta estratégica que les permita comprender a fondo los aspectos clave de la exportación hacia el mercado europeo. Esto incluirá información detallada sobre regulaciones,

tendencias del mercado, demanda del consumidor y otros factores cruciales para el éxito en el mercado europeo. **(Ver figura 6, 7, 8, 9 y 10)**

El proceso de recolección de información se llevará a cabo mediante un enfoque sistemático que abarcará entrevistas con expertos de la industria, análisis de informes y estadísticas disponibles, y seguimiento cercano de las tendencias económicas y regulatorias en el mercado europeo de cosméticos.

La información recopilada se procesará y estructurará de manera clara y accesible. La guía resultante proporcionará a las empresas afiliadas a la Cámara de Cosméticos y Aseo de la ANDI un recurso integral que incluirá estrategias específicas, pasos prácticos, y recomendaciones basadas en la información recopilada. **(Ver figura 11)** Este enfoque permitirá a las empresas aprovechar al máximo las oportunidades de exportación, minimizando riesgos y maximizando su éxito en el mercado europeo de cosméticos.

Figura 3

Portada de la guía de exportación de cosméticos a Europa



Nota: Figura de elaboración propia, 2023.

Figura 4

Introducción de la guía de exportación de cosméticos a Europa

INTRODUCCIÓN



CÁMARA DE LA INDUSTRIA
COSMÉTICA Y ASEO



Mercado europeo de cosméticos

Este mercado ofrece un gran potencial para las empresas exportadoras de cosméticos, pero para acceder a él es necesario cumplir con una serie de requisitos y normativas específicas. Este documento ofrece una guía completa para las empresas que desean ingresar al mercado europeo de cosméticos. El documento abarca desde un análisis del mercado hasta los requisitos y normativa de exportación, pasando por estrategias de exportación y recomendaciones prácticas.

El mercado europeo de cosméticos es uno de los más grandes y exigentes del mundo, con un valor que supera los 78 mil millones de euros en 2023.



01/09

Nota: Figura de elaboración propia, 2023.

Figura 5

Introducción de la guía de exportación de cosméticos a Europa

¿CUÁL ES LA IMPORTANCIA DEL CUMPLIMIENTO DE LAS REGULACIONES DE LA UE?

ANDI **MÁS PAÍS**
CÁMARA DE LA INDUSTRIA
COSMÉTICA Y ASEO

Es de suma importancia para los fabricantes y comercializadores de productos cosméticos, ya que garantiza la seguridad y calidad de los productos, protege la salud de los consumidores y facilita el acceso al mercado europeo. Cumplir con las regulaciones de la UE, como el Reglamento 1223/2009, asegura que los productos cosméticos cumplen con los estándares de seguridad, etiquetado y buenas prácticas de fabricación establecidas, lo que contribuye a la confianza del consumidor y evita posibles sanciones legales.

El cumplimiento de las regulaciones de la UE permite a las empresas acceder al mercado único europeo, que comprende 28 Estados miembros y otros países asociados, lo que amplía las oportunidades comerciales y facilita la libre circulación de productos dentro de la UE.



02/09

Nota: Figura de elaboración propia, 2023.

Figura 6

Análisis del mercado europeo de cosméticos



Nota: Figura de elaboración propia, 2023.

Figura 7

Análisis del mercado europeo de cosméticos



Nota: Figura de elaboración propia, 2023.

Figura 8*Requisitos de exportación de cosméticos*

Diciembre, 2023

REQUISITOS DE EXPORTACIÓN DE COSMÉTICOS

SEGÚN EL REGLAMENTO UE 1223/2009 PARA PRODUCTOS COSMÉTICOS, LOS COMPONENTES CLAVE QUE DEBEN INCLUIRSE EN UN FICHERO DE INFORMACIÓN DEL PRODUCTO (PIF) SON LOS SIGUIENTES:

- 1.El informe de seguridad del producto.
- 2.Una descripción del producto cosmético.
- 3.La evaluación de la seguridad de los productos cosméticos.
- 4.Las especificaciones físicas, químicas y microbiológicas del producto cosmético.
- 5.Método de fabricación y declaración sobre el cumplimiento de Buenas Prácticas de Fabricación (GMP)
- 6.Prueba del efecto reivindicado para el producto cosmético.
- 7.Datos sobre experimentación con animales
- 8.Una declaración sobre el cumplimiento de los requisitos de etiquetado.
- 9.Información sobre la persona o empresa responsable del producto.

Estos componentes son esenciales para garantizar la seguridad y el cumplimiento de los productos cosméticos en la Unión Europea.

Figura 9*Requisitos de exportación de cosméticos*

Diciembre, 2023



REQUISITOS DE EXPORTACION DE COSMÉTICOS

EVALUACIÓN DE SEGURIDAD

La evaluación de seguridad de un producto cosmético implica: la revisión de la composición cualitativa y cuantitativa, características fisicoquímicas, estabilidad, calidad microbiológica, impurezas, trazas, uso normal y previsible, exposición al producto ya las sustancias, perfil toxicológico, efectos no deseados, y demás información relevante sobre el producto.

DOCUMENTACIÓN DE SEGURIDAD

La documentación de seguridad del producto, como parte del expediente de información del producto, debe contener el informe sobre la seguridad del producto, que incluye:

- La evaluación de seguridad, Advertencias,
- Instrucciones de uso,
- Razonamiento
- Aprobación por una persona calificada

LISTA DE INGREDIENTES

La lista de ingredientes de un producto cosmético debe incluir todas las sustancias utilizadas intencionalmente durante la fabricación, excluyendo impurezas y sustancias técnicas no presentes en el producto final..

Figura 10*Requisitos de exportación de cosméticos*

Diciembre, 2023

REQUISITOS DE EXPORTACIÓN DE COSMÉTICOS

LOS REQUISITOS DE ETIQUETADO PARA PRODUCTOS COSMÉTICOS EN LA UNIÓN EUROPEA INCLUYEN:

- 1.Nombre y dirección de la persona responsable.
- 2.País de origen para productos importados.
- 3.Contenido nominal en peso o volumen.
- 4.Fecha de duración mínima o plazo después de la apertura.
- 5.Precauciones de empleo y advertencias.
- 6.Número de lote de fabricación.
- 7.Función del producto.
- 8.Lista de ingredientes, incluyendo perfumes y alérgenos.
- 9.No es necesario incluir el fabricante material del producto ni el distribuidor

Estos requisitos deben cumplirse para garantizar que el etiquetado de los productos cosméticos cumpla con las normativas de la Unión Europea.

Figura 11*Estrategias de exportación de cosméticos a Europa*

Nota: Figura de elaboración propia, 2023.

3.2 Conclusiones.

A partir de lo expuesto en el contenido del plan de mejora se puede concluir que se identificaron debilidades principalmente en la cobertura de afiliación y utilización de servicios por parte de las empresas del sector, lo que limita su capacidad para aprovechar plenamente los beneficios ofrecidos por la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la Asociación Nacional de Empresarios, es por esto que el plan de mejora analiza el potencial de exportación de productos cosméticos de Colombia a Europa, centrándose en los requisitos de los consumidores europeos, el crecimiento del sector en Colombia y las oportunidades de expansión en Europa para la apertura de la industria a nuevos mercados.

Respondiendo a los objetivos, se espera que la guía facilite el ingreso de las empresas colombianas al mercado europeo, reduciendo las barreras de entrada y los costos asociados, conociendo de primera fuente la información precisa y actualizada sobre requisitos legales y trámites aduaneros del proceso de exportación. El impacto de esta guía en la internacionalización de las empresas colombianas será significativo, puesto que, al reducir las barreras de entrada y los costos asociados, las empresas podrán ingresar al mercado europeo de manera más fácil y rentable. Así mismo, esta guía proporcionará información precisa y actualizada sobre los requisitos legales y los trámites aduaneros, lo que agilizará el proceso de exportación, además, de brindar estrategias y recomendaciones prácticas incluidas en la guía las cuales ayudarán a las empresas a navegar el mercado europeo de manera efectiva, lo que les permitirá aprovechar al máximo las oportunidades de negocio.

La creación de esta guía beneficiará significativamente a la Cámara de Cosméticos y Aseo de la ANDI al posicionarse como un referente en el sector cosmético colombiano, la Cámara fortalecerá su reputación y su influencia en la industria. Además, la socialización de la

guía atraerá a nuevos afiliados y fortalecerá la membresía de la Cámara, lo que contribuirá a su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo. La guía también permitirá a la Cámara ofrecer un servicio de alto valor a sus afiliados, lo que aumentará su satisfacción y fidelización.

Así mismo, este documento desempeña un papel fundamental en el fortalecimiento de la presencia de las empresas colombianas en el mercado europeo. Al comprender las necesidades y preferencias del consumidor europeo, las empresas podrán adaptar sus productos y servicios para satisfacer mejor la demanda del mercado. Además, las estrategias de marketing y comercialización específicas para el mercado europeo facilitarán la penetración y el posicionamiento de las marcas colombianas, lo que les permitirá destacarse entre la competencia.

El conocimiento de las tendencias del mercado europeo también será clave para el desarrollo de productos innovadores y competitivos que se ajusten a las demandas del mercado, esto debido a que la guía impulsará el crecimiento del sector al facilitar la exportación de productos colombianos. A su vez, la internacionalización de las empresas colombianas fortalecerá la competitividad del sector a nivel global generando un posible éxito de las empresas colombianas en el mercado europeo abriendo nuevas oportunidades para el sector en su conjunto.

Finalmente, la internacionalización de las empresas colombianas fortalecerá la competitividad del sector a nivel global, ya que podrán competir en un mercado más amplio y diverso generando un efecto positivo en el sector promoviendo nuevas oportunidades y atrayendo inversiones y colaboraciones internacionales.

3.3 Bibliografía.

ANDI. (n.d.). ANDI Quiénes Somos. Retrieved January 9, 2024, from <https://www.andi.com.co/Home/Pagina/1-quienes-somos>

ANDI. (s. f.). *Camaras sectoriales*. ANDI- Cámara de la industria cosmética y aseo. <https://www.andi.com.co/Home/Camara/15>

Administración, A. P., De Acuerdos, A., & Comerciales, R. (s/f). Gov.co. Recuperado el 7 de noviembre de 2023, de <https://www.tlc.gov.co/getattachment/acuerdos/vigente/union-europea/5-enlaces-e-informacion-de-interes/perfil-de-comercio-inversion-y-turismo-colombia-%E2%80%933/perfil-colombia-union-europea-a-marzo-de-2023.pdf.aspx>

Euromonitor International. (18 de octubre 2013). *Inflación en Belleza y Cuidado personal*. https://www.andi.com.co/Uploads/Euromonitor_merged.pdf

Gqsp Colombia. (S/f). Guía para exportar ingredientes naturales para cosméticos a la Unión europea y Suiza. https://gqspcolombia.org/wp-content/uploads/2021/12/Guia_exportar-ingredientes-naturales_Suiza_UE.pdf

ICEX .(s. f.). *Cosméticos en Colombia*.Icex.es. <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/020/documentos/2022/11/documentos-anexos/DOC2022917537.pdf>

Ministerio de comercio , industria y turismo.(s. f.). *Abecé del Acuerdo comercial con la Unión Europea | TLC* <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/union-europea/1-antecedentes/abece-del-acuerdo-comercial-con-la-union-europea>

Mordor Intelligence Research & Advisory. (2023, September). Análisis del tamaño y la participación del mercado de cosméticos en Colombia tendencias de crecimiento y pronósticos (2023 - 2028). Mordor Intelligence. Retrieved November 7, 2023, from <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/colombia-cosmetics-products-market-industry>

Peters, J. (2023, 12 julio). Exportar a Europa, retos y oportunidades. *Diario La República*. <https://www.larepublica.co/analisis/johanna-peters-3657314/exportar-a-europa-retos-y-oportunidades-3657318>

Portafolio. (s/f). *Bogotá, epicentro de la industria cosmética en Colombia en 2023*. Portafolio.co. Recuperado el 7 de noviembre de 2023, de <https://www.portafolio.co/tendencias/bogota-seguira-siendo-el-epicentro-de-la-industria-cosmetica-en-2023-577487>

Procolombia. (s. f.). *RECOMENDACIONES PARA EXPORTAR COSMÉTICOS a LA UNIÓN EUROPEA*. <https://procolombia.co/actualidad-internacional/recomendaciones-para-exportar-cosmeticos-la-union-europea>

Redactores Legis, E. (2023, 22 junio). Exportaciones colombianas a Europa, 1er trimestre del 2023. *legisblog*. <https://blog.legis.com.co/comercio-exterior/exportaciones-colombianas-a-europa-1er-trimestre-del-2023>

[https://www.andi.com.co/Uploads/11_CDGE05ORGANIGRAMAV9.20\(1\).pdf](https://www.andi.com.co/Uploads/11_CDGE05ORGANIGRAMAV9.20(1).pdf)

Statista (2024) Ranking de los principales mercados europeos dentro de la industria de la cosmética entre 2014 y 2022, por valor de mercado.

<https://es.statista.com/estadisticas/1222342/ranking-de-los-principales-mercados-de-cosmetica-en-europa/>

PARTE IV

SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

4.1 Programación de actividades realizadas en la organización.

- Organizar, analizar y diseñar indicadores de la planeación estratégica de la Cámara, incluyendo datos estadísticos del sector. Manejo de la plataforma Salesforce a través de PROA (servicio al afiliado).
- Elaboración y actualización de cifras del sector para la presentación ante entidades gubernamentales, empresas y demás interesados.
- Elaboración y actualización de informes de comercio exterior.
- Elaboración de boletines de información semanales con la actualización de temas regulatorios, cifras e información relevante para el sector.
- Elaboración de presentaciones para las diferentes juntas y reuniones de la Cámara.
- Manejo de bases de datos utilizadas por la Cámara para la obtención de datos de manera eficiente.
- Apoyo y acompañamiento en comités estratégicos de la Cámara.
- Planeación y participación de reuniones de Junta Directiva con los gerentes generales de las empresas afiliadas.
- Mantener actualizada la página web de la Cámara.
- Hacer seguimiento a las redes sociales de la Cámara con la información en tendencia del sector para levantar interés a través de ellas.

- Recopilar información de los tres sectores de la cámara para construir posicionamiento con una agencia de comunicaciones.

- Seguimiento a los eventos de los afiliados relacionados con Sostenibilidad y Responsabilidad social para ser compartido en los boletines de la cámara divulgados.

4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes.

Actividad	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Investigación de las problemáticas de la empresa				
Determinación tema plan de mejora				
Investigación de mercado				
Desarrollo del plan de mejora				

Nota: Elaboración propia. (2023)

4.1.1.1 Ciclo 1 (septiembre)

Objetivo:

- Definir el alcance y estructura de la guía.

Actividades desarrolladas:

- Reuniones con representantes de la Cámara de Cosméticos y Aseo de la ANDI para definir los objetivos y alcance de la guía.
- Revisión de guías existentes sobre exportación de cosméticos a Europa.
- Elaboración de un borrador de la estructura de la guía.

Logros:

Se definió el alcance de la guía, que incluirá información sobre los siguientes temas:

- Análisis del mercado europeo de cosméticos.
- Requisitos de exportación de cosméticos a Europa.
- Estrategias de exportación.

Se elaboró un borrador de la estructura de la guía, que incluye los siguientes capítulos:

- Introducción.
- Análisis del mercado europeo de cosméticos.
- Requisitos de exportación de cosméticos a Europa.
- Estrategias de exportación.

Dificultades enfrentadas:

- La definición del alcance de la guía requirió de un proceso de consulta con los representantes de la Cámara de Cosméticos y Aseo de la ANDI, lo que tomó más tiempo del previsto.

4.1.1.2 Ciclo 2 (octubre)

Objetivo:

- Recopilar información sobre el mercado europeo de cosméticos.

Actividades desarrolladas:

- Revisión de estadísticas y estudios sobre el mercado europeo de cosméticos.
- Reuniones con expertos en el sector cosmético.

Logros:

- Se recopiló información sobre los siguientes temas:
 - Tendencias de consumo en el mercado europeo de cosméticos.
 - Canales de distribución más relevantes en el mercado europeo de cosméticos.
 - Competidores principales en el mercado europeo de cosméticos.

Dificultades enfrentadas:

- La recopilación de información sobre el mercado europeo de cosméticos requirió de un esfuerzo importante, ya que se trata de un mercado complejo y dinámico.

4.1.1.3 Ciclo 3 (noviembre)

Objetivo:

- Elaborar un borrador de los capítulos 2 y 3 de la guía.

Actividades desarrolladas:

- Elaboración de un análisis del mercado europeo de cosméticos, basado en la información recopilada.
- Elaboración de un resumen de los requisitos de exportación a Europa, basados en la normativa vigente.

Logros:

Se elaboró un borrador de los capítulos 2 y 3 de la guía, que incluye los siguientes temas:

- Análisis del mercado europeo de cosméticos.
- Requisitos de exportación a Europa.

Dificultades enfrentadas:

- La elaboración del análisis del mercado europeo de cosméticos requirió de un esfuerzo importante, ya que se trata de un tema complejo y requiere de un análisis detallado.

4.1.14 Ciclo 4 (diciembre)

Objetivo:

- Finalizar el plan de elaboración de la guía.

Actividades desarrolladas:

- Elaboración de un borrador del capítulo 4 de la guía, que incluye estrategias de exportación para empresas colombianas de cosméticos.
- Revisión y edición de la guía propuesta.

Logros:

Se finalizó el plan de la elaboración de la guía propuesta, que incluye los siguientes temas:

- Introducción.
- Análisis del mercado europeo de cosméticos.
- Requisitos de exportación de cosméticos a Europa.
- Estrategias de exportación.